

# PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE ABC DI PT TMG. SURABAYA

Anang Fachroji  
Teknik Industri-FTI-UPN"Veteran"Jawa Timur

## INTISARI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menerapkan sistem *Activity Based Costing* (ABC) dalam menghitung biaya produk untuk mendapatkan harga pokok produksi (HPP) dan membandingkan dengan sistem perhitungan perusahaan (tradisional) untuk mengetahui distorsi (*Undercosting* maupun *Overcosting*). Sistem *Activity Based Costing* (ABC) merupakan sistem biaya yang didasarkan pada aktivitas. Sistem ini menelusuri biaya pada berbagai aktivitas kemudian ke berbagai produk, sehingga akan dapat diketahui suatu produk didukung oleh aktivitas apa saja dan berapa biaya untuk setiap aktivitas yang mendukungnya. Dengan prosedur inilah, sistem ABC mampu memberikan informasi biaya yang lebih akurat.

Hasil penelitian menunjukkan pembebanan biaya overhead pabrik ke produk dengan menggunakan metode tradisional terjadi penyimpangan biaya terhadap penentuan harga pokok produksi tiap produk. Penyimpangan biaya ini ditunjukkan dengan menggunakan metode *Activity Based Costing*. Untuk majalah Hidayatullah terjadi kenaikan harga sebesar Rp. 4.204,50 atau 0,85 % dari Rp. 25.012,26 menjadi Rp. 25.227,05. Sedangkan untuk majalah Al falah mengalami penurunan harga sebesar Rp. 2.646,44 atau 2,91 % dari Rp. 16.341,34 menjadi Rp. 15.878,68. Dan untuk majalah Nikah mengalami kenaikan harga sebesar Rp. 2.365,77 atau 4,03 % dari Rp. 13.621,81 menjadi Rp. 14.194,66.

Kata Kunci : *Overhead, Activity Based Costing* (ABC), *Overcosting* dan *Undercosting*

## PENDAHULUAN

Dengan semakin berkembangnya perindustrian pada saat ini, telah menimbulkan persaingan industri yang semakin ketat yang mendorong perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dalam industri percetakan dimana kebutuhan percetakan di dunia industri amat diperlukan.

Untuk menghadapi hal ini maka perusahaan harus dapat mengatur strategi yang tepat agar dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan posisinya ditengah persaingan yang sedang terjadi. Faktor biaya adalah faktor yang begitu penting bagi perusahaan karena sebagian besar konsumen akan memilih produk yang bermutu tinggi dengan harga yang lebih murah. Perusahaan harus memaksimalkan pemakaian sumber daya yang dimiliki agar dapat berproduksi secara optimal, meminumkan pemborosan, dan melakukan

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
2. Diukur dalam satuan uang.
3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

### **Cara Penggolongan Biaya**

Akuntansi biaya bertujuan menyajikan informasi biaya yang dibutuhkan oleh manajemen, agar dapat mengelola perusahaan atau bagiannya secara efektif. Menurut Mulyadi (1986:7) dalam akuntansi biaya terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya sebagai berikut :

#### ❖ Atas Dasar Obyek Pengeluaran

Penggolongan biaya yang paling sederhana adalah penggolongan atas dasar obyek pengeluaran, yang dibagi menjadi tiga golongan besar :

1. Biaya Bahan Baku, contoh dalam suatu perusahaan pupuk urea : biaya gas alam, biaya air mentah, biaya catalysts, biaya resin, biaya bahan lain - lain.
2. Biaya Tenaga Kerja, contoh : biaya gaji, biaya upah, biaya lembur, biaya makan, biaya tunjangan, biaya pengobatan dan lain - lain.
3. Biaya overhead pabrik, contoh : biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap, biaya asuransi, biaya amortisasi, biaya perjalanan dinas.

#### ❖ Atas Dasar Fungsi – Fungsi Pokok dalam Perusahaan.

Biaya – biaya dalam perusahaan manufaktur atas dasar fungsi – fungsi pokok dalam perusahaan dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Biaya produksi, yaitu biaya – biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik.
2. Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya – biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan penyusunan kebijaksanaan dan pengarahan perusahaan secara keseluruhan. Contohnya adalah gaji direksi, biaya – biaya bagian akuntansi dan personalia, biaya rapat pemegang saham, biaya telepon dan lain – lain.
3. Biaya pemasaran adalah biaya – biaya yang dikeluarkan dalam hubungannya dengan usaha untuk memperoleh pesanan dan memenuhi pesanan. Contohnya adalah promosi penjualan, adpertensi, biaya angkutan, biaya asuransi dan lain – lain.

#### ❖ Atas Dasar Hubungan Biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Biaya dapat dihubungkan dengan sesuatu yang dibiayai atau obyek pembiayaan. Jika perusahaan mengolah bahan baku menjadi produk jadi, maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa produk, sedangkan jika perusahaan menghasilkan jasa maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa penyerahan jasa tersebut. Biaya dapat dibagi menjadi dua golongan :

1. Biaya langsung, yaitu biaya yang terjadi, yang penyebab satu – satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai itu tidak ada maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Contohnya harga pokok produk.

2. Biaya tak langsung, yaitu biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Contohnya adalah biaya listrik, biaya penyusutan gedung, biaya penyusutan mesin dan lain – lain.

❖ **Atas Dasar Tingkah Lakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan**

1. Biaya Tetap, yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak terpengaruh adanya perubahan volume kegiatan dalam batas – batas tertentu. Contohnya adalah biaya sewa gedung, biaya depresiasi, biaya gaji satpam, biaya pesuruh pabrik.
2. Biaya variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung.
3. Biaya semi variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya adalah biaya pemakaian listrik, biaya pemakaian bahan baker, biaya telepon.

❖ **Atas Dasar Waktu**

Biaya atas dasar waktu, dapat dibagi menjadi dua golongan :

1. **Pengeluaran Modal (*capital expenditure*)**

Yaitu biaya - biaya yang dinikmati oleh lebih dari satu periode akuntansi. Contohnya adalah biaya perbaikan mesin yang jumlahnya relatif besar, biaya promosi pemasaran yang dikeluarkan secara besar – besaran.

2. **Pengeluaran Penghasilan (*revenue expenditure*)**

Yaitu biaya – biaya yang hanya bermanfaat didalam periode akuntansi dimana biaya tersebut terjadi. Contohnya adalah biaya pemeliharaan mesin, biaya telepon, biaya komisi penjualan.

**Definisi Biaya Produk / Harga Pokok Produksi**

Biaya produksi menurut Garisson (1984:34) yang dimaksud biaya produksi adalah yang berkaitan dengan pembuatan barang, penyediaan jasa dan membentuk harga pokok produksi.

Harga pokok produksi menurut Hasen dan Mowen (1997:47) adalah semua biaya yang membentuk selama periode berjalan atau periode tertentu. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang lebih kompleks disbanding sebagian besar jenis organisasi lainnya. Alasannya adalah karena aktivitas perusahaan manufaktur lebih luas, yang melibatkan produksi maupun pemasaran dan akuntansi. Produk meliputi perubahan bahan mentah menjadi produk jadi dengan melalui upaya karyawan pabrik dan penggunaan peralatan produksi.

Tanpa memperhatikan jenis produk yang dihasilkan oleh perusahaan, yaitu produk massa atau pesanan maka sebelum barang - barang tersebut dijual, para manajer harus terlebih dahulu menghitung harga pokok produknya. Harga pokok produksi ini memegang peranan sangat penting dalam suatu perusahaan. Jika penetapan harga pokok produksi tidak tepat maka akan mempunyai dampak untuk jangka panjang, yaitu yang berkaitan

dengan strategi perusahaan dan posisi perusahaan dalam persaingan bisnis. Untuk itu perhitungan harga pokok produksi harus dilakukan dengan teliti dan hati - hati dengan memperhatikan semua aspek yang berhubungan dengan harga pokok produk.

Untuk dapat membebaskan harga pokok produksi dengan tepat maka perlu dibahas elemen biaya apa saja yang termasuk dalam biaya produk, Garisson (1997:35), yaitu :

1. *Direct material* (bahan baku langsung)

Adalah bahan baku yang secara fisik menjadi bagian dari produk dan dapat secara langsung ditelusuri pada produk - produk yang dihasilkan, misalnya kayu untuk meja, baja untuk bahan mobil.

2. *Direct labor* (tenaga kerja langsung)

Adalah tenaga kerja yang secara khusus diidentifikasi dengan produksi suatu produksi tertentu dan menyumbang secara langsung untuk penyelesaian produk, misalnya para pekerja yang memasang onderdil dari televisi.

3. *Manufacturing overhead* (overhead pabrik)

Kelompok ini terdiri dari semua biaya pabrik lainnya yang penting diluar biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik ini berisi semua biaya tidak langsung dalam proses manufaktur, seperti biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya bersama yang digunakan secara bersama - sama dalam perusahaan. Biaya - biaya pabrik ini tidak dapat secara langsung diidentifikasi dengan produk.

Menurut Amin Widjaja Tunggal (1992:76), harga pokok produksi adalah penjumlahan dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, berikut ini rumusnya :

Keterangan :

HPP : Harga Pokok Produksi

BBB :

$$HPP = BBB + BTKL + BOP$$

BTKL :

BOP : Biaya Overhead Pabrik

### Konsep *Activity Based Costing System*

Konsep tentang ABC System berubah sesuai dengan perkembangan implementasi ABC System itu sendiri. Pada awal perkembangannya, ABC System dipakai sebagai alat untuk memperbaiki akurasi perhitungan kas produk. Biaya overhead pabrik merupakan lingkup yang dicakup oleh ABC System pada waktu itu. Namun pada tingkat perkembangannya terkini, ABC System tidak lagi terbatas pada akuntansi biaya yang terfokus ke perhitungan kas produk. ABC System telah berkembang sedemikian rupa sehingga menjadi cara baru dalam melaksanakan bisnis. (Mulyadi, 2003:47)

### **Definisi *Activity Based Costing* (ABC)**

Para ahli manajemen biaya mendefinisikan *Activity Based Costing* (ABC) sebagai berikut:

L. Gayle Rayburn

(1993), mendefinisikan ABC adalah pelaksanaan aktivitas menimbulkan konsumsi sumber daya yang dicatat sebagai biaya. Kalkulasi biaya berbasis transaksi adalah nama lain untuk ABC. Tujuan ABC adalah mengalokasi biaya ke transaksi dari aktivitas yang dilaksanakan dalam suatu organisasi, dan kemudian mengalokasi biaya tersebut secara tepat ke produk sesuai dengan pemakaian aktivitas setiap produk.

- Wayne J. Morse, James R. Davis dan Al. L. Hartgraves (1991), mendefinisikan ABC sebagai:

Pengalokasian dan pengalokasian kembali biaya ke obyek biaya dengan dasar aktivitas yang menyebabkan biaya ABC berdasarkan premis/dasar pemikiran bahwa aktivitas menyebabkan biaya dan biaya aktivitas harus dialokasikan ke obyek biaya dengan dasar aktivitas biaya tersebut dikonsumsi. ABC menelusuri biaya ke produk dengan dasar aktivitas yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut”

- Les Heitgers, Pekin Ogan dan Serge Matulich (1992), mendefinisikan ABC sebagai Proses mengidentifikasi sumber atau penyebab biaya dalam manufaktur atau aktivitas usaha lain. Sumber biaya ini, dinamakan pemacu/pemandu/ penyebab, digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi dan mengalokasikan biaya ke aktivitas dan akhirnya ke produk yang mengkonsumsi aktivitas ini”. (Tunggal W, 1995).

### **Penentuan Harga Pokok Berdasar Aktivitas**

Sistem biaya berdasar aktivitas (ABC) adalah sistem yang terdiri atas dua tahap yaitu pertama melacak biaya pada berbagai aktivitas, dan kemudian ke berbagai produk. Sistem ABC tidak hanya menawarkan ketelitian informasi mengenai harga pokok produk tetapi juga menyediakan informasi tentang biaya dari berbagai aktivitas. Pengetahuan atas biaya dari berbagai aktivitas memungkinkan para manajer untuk memfokuskan diri pada aktivitas-aktivitas yang memberikan peluang untuk melakukan penghematan biaya dengan cara menyederhanakan aktivitas, melaksanakan aktivitas dengan lebih efisien, meniadakan aktivitas yang tak bernilai tambah, dan sebagainya. Jadi, dalam merancang sistem ABC, tahap pertama dari penentuan harga pokok produk adalah suatu langkah yang sangat penting.

### **Manfaat atau Kebaikan *Activity Based Costing* (ABC)**

Manfaat dari *Activity Based Costing* menurut Tunggal W (1995:23-24) adalah sebagai berikut:

1. Suatu pengkajian ABC dapat meyakinkan manajemen bahwa mereka harus mengambil sejumlah langkah untuk menjadi lebih kompetitif. Sebagai hasilnya, mereka dapat berusaha untuk meningkatkan mutu sambil secara simultan memfokus pada mengurangi biaya. Analisis biaya dapat menyoroti bagaimana benar-benar mahalnya proses

- manufakturing. Ini pada gilirannya dapat memacu aktivitas untuk mereorganisasi proses, memperbaiki mutu, dan mengurangi biaya.
2. Manajemen akan berada dalam suatu posisi untuk melakukan penawaran kompetitif yang lebih wajar.
  3. ABC dapat membantu dalam keputusan membuat-membeli yang manajemen harus lakukan.
  4. Dengan analisis biaya yang diperbaiki, manajemen dapat melakukan analisis yang lebih akurat mengenai volume yang diperlukan untuk mencapai impas (*breaks even*) atas produk yang bervolume rendah.
  5. Melalui analisis data biaya dan pola konsumsi sumber daya, manajemen dapat mulai merekayasa kembali (*re-engineer*) proses manufakturing untuk mencapai pola keluaran mutu yang lebih efisien dan lebih tinggi.

#### **Perbedaan antara Sistem ABC dengan Sistem Kalkulasi Biaya Tradisional**

Ada beberapa perbedaan antara sistem *Activity Based Costing* dengan sistem kalkulasi biaya tradisional antara lain:

- a. ABC menggunakan aktivitas-aktivitas sebagai pemacu untuk menentukan berapa besar setiap overhead tidak langsung dari setiap produk mengkonsumsi. Sistem tradisional mengalokasikan overhead secara arbitrer berdasarkan satu atau dua basis alokasi yang non representatif, dengan demikian gagal menyerap konsumsi overhead yang benar menurut produk individual.
- b. ABC membagi konsumsi overhead ke dalam empat kategori yaitu unit, batch, produk dan penopang fasilitas (*facility sustaining*). Sistem tradisional membagi biaya overhead ke dalam unit dan yang lain. Sebagai akibatnya, ABC mengalkulasi konsumsi sumber daya, tidak semata-mata pengeluaran organisasional. ABC memfokus pada sumber biaya, tidak hanya dimana sumber biaya terjadi. Ini mengakibatkan lebih berguna untuk pengambilan keputusan. Manajemen dapat mengikuti bagaimana biaya timbul dan menemukan cara-cara untuk mengurangi biaya.
- c. Fokus ABC adalah pada biaya, mutu, dan faktor waktu. Sistem tradisional terutama memfokus pada kinerja keuangan jangka pendek, seperti laba, dengan cukup akurat. Apabila sistem tradisional digunakan untuk penetapan harga dan untuk mengidentifikasi produk yang menguntungkan, angka-angkanya tidak dapat diandalkan/dipercayai.
- d. ABC mempunyai kebutuhan yang jauh lebih kecil untuk analisis varian daripada sistem tradisional, karena kelompok biaya (*cost pools*) dan pemacu (*driver*) jauh lebih akurat dan jelas, dan karena ABC dapat menggunakan biaya historis pada akhir periode untuk menghitung biaya aktual apabila kebutuhan muncul. (Tunggal W, 1995:26-27).

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan *HPP* yang lebih akurat dan untuk mengetahui distorsi harga ( *overcosting* maupun *undercosting* ) yang terjadi di perusahaan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Variabel Dependent adalah harga pokok produksi , yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi, mulai dari bahan baku sampai menjadi barang jadi ( biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead ).

2. Variabel Independent yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik

Pengolahan dan analisis data dengan langkah - langkah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan mengklasifikasikan aktivitas - aktivitas dan biaya - biaya yang bersesuaian. Berbagai aktivitas diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok yang memiliki interpretasi fisik yang mudah, jelas serta cocok dengan proses produksi yang dikelola. Sedangkan berbagai biaya dihubungkan dengan setiap kelompok aktivitas yaitu aktivitas berlevel unit, batch, produk dan fasilitas.

2. Menentukan *cost driver* untuk masing - masing aktivitas.

Menentukan *cost driver* harus dapat menggambarkan konsumsi yang sebenarnya dari produk terhadap aktivitas yang bersangkutan.

3. Menentukan *cost pool* homogen.

Agar dapat masuk ke dalam suatu kelompok biaya yang homogen aktivitas - aktivitas overhead harus berhubungan secara logis dan mempunyai rasio konsumsi yang sama untuk semua produk. Rasio konsumsi dihitung dengan cara membagi jumlah suatu aktivitas yang dikonsumsi oleh suatu produk dengan jumlah seluruh aktivitas.

4. Menentukan *pool rate* untuk masing - masing *cost pool*.

$$PR = A : B$$

Dimana : PR = *Pool rate*, A = *Homogenous cost pool*

B = Kapasitas *Cost driver* untuk semua produk

5. Menelusuri dan membebankan biaya tiap *cost pool* homogen ke produk.

$$\text{Biaya overhead pabrik} = PR \times C$$

Dimana : PR = *Pool rate*, C = *Cost driver* per produk tertentu

6. Setelah dihitung biaya overhead, harga pokok produksi untuk masing - masing jenis produk. dapat dicari.

$$HPP = X_1 + X_2 + X_3$$

Dimana : HPP = Harga Pokok Produksi

$$X_1 = \text{Biaya bahan langsung}$$

$$X_2 = \text{Biaya tenaga kerja langsung}$$

$$X_3 = \text{Biaya overhead pabrik}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang telah disebutkan di Bab III, bahwa dalam mengumpulkan data di PT. Temprina Media Grafika dilakukan dengan beberapa cara, yaitu

interview / wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Data - data berikut adalah data produksi dan data penunjang lainnya selama bulan Januari – Juni 2005.

### **Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode ABC**

Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk tipe Hidayatullah bulan Januari 2005 :

$$\text{HPP} = \text{Biaya Bahan Baku Langsung} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= \text{Rp. 2.883,98} + \text{Rp. 783,88} + \text{Rp. 508,61} \\ &= \text{Rp. 4.176,47} \end{aligned}$$

Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk majalah lainnya dapat dilihat di lampiran III.

**Tabel 4.32. Harga Pokok Produksi dengan Metode ABC Bulan Januari - Juni 2005**

<b>Periode (Bulan)</b>	<b>Produk</b>	<b>BBBL (Rp)</b>	<b>BTKL (Rp)</b>	<b>BOP (Rp)</b>	<b>HPP (Rp)</b>
Januari	Hidayatullah	2.883,98	783,88	508,61	4.176,47
	Al Falah	1.610,13	870,20	399,93	2.880,26
	Nikah	1.329,11	657,43	551,41	2.537,95
Februari	Hidayatullah	2.704,23	761,93	542,43	4.008,59
	Al Falah	1.255,90	833,83	428,59	2.518,32
	Nikah	1.061,62	603,35	609,88	2.274,85
Maret	Hidayatullah	2.731,16	859,62	526,62	4.111,4
	Al Falah	1.476,32	826,47	395,19	2.697,98
	Nikah	1.151,41	672,76	562,07	2.386,24
April	Hidayatullah	3.140,10	788,62	531,28	4.460
	Al Falah	1.460,30	836,61	432,95	2.729,86
	Nikah	1.187,09	645,17	606,71	2.438,97
Mei	Hidayatullah	3.194,71	886,64	469,91	4.551,26
	Al Falah	1.347,91	876,50	353,5	2.577,91
	Nikah	1.100,50	517,15	511,08	2.128,73
Juni	Hidayatullah	2.653,35	779,65	466,33	3.919,33
	Al Falah	1.259,91	842,87	371,57	2.474,35
	Nikah	1.244,71	607,12	576,09	2.427,92



**Tabel 4.33. Perbandingan Harga Pokok Produksi Antara Metode Konvensional dengan Metode Activity Based Costing (ABC) Bulan Januari – Juni 2005**

Bulan	Tipe	Volume Penjualan	HPP Konvensional	HPP ABC
Januari	Hidayatullah	35.000	4.142,58	4.176,47
	Al Falah	42.000	2.955,05	2.880,26
	Nikah	25.000	2.461,26	2.537,95
Februari	Hidayatullah	33.400	3.976,65	4.008,59
	Al Falah	42.500	2.600,22	2.518,32
	Nikah	24.000	2.175,46	2.274,85
Maret	Hidayatullah	32.300	4.067,64	4.111,4
	Al Falah	44.000	2.779,65	2.697,98
	Nikah	23.000	2.301,03	2.386,24
April	Hidayatullah	31.300	4.434,47	4.460
	Al Falah	41.200	2.802,66	2.729,86
	Nikah	21.000	2.338,01	2.438,97
Mei	Hidayatullah	30.200	4.510,04	4.551,26
	Al Falah	40.700	2.653,1	2.577,91
	Nikah	22.500	2.046,34	2.128,73
Juni	Hidayatullah	34.500	3.880,88	3.919,33
	Al Falah	43.400	2.550,66	2.474,35
	Nikah	20.700	2.299,71	2.427,92

### Pembahasan

#### Perbandingan BOP Antara Metode Konvensional Dengan Metode ABC

Berikut ini adalah tabel perbandingan biaya overhead untuk masing – masing produk antara metode konvensional dengan metode Activity Based Costing.

**Tabel 4.34 Perbandingan BOP untuk Majalah Hidayatullah**

Bulan	Jumlah Produksi	BOP Konvensional	BOP ABC	Selisih	Distorsi (%)	Keterangan
Januari	35.000	474,72	508,61	-33,89	-6,66	Undercosting
Februari	33.400	510,49	542,43	-31,94	-5,88	Undercosting
Maret	32.300	476,86	526,62	-49,76	-9,44	Undercosting
April	31.300	505,75	531,28	-25,53	-4,80	Undercosting
Mei	30.200	428,69	469,91	-41,22	-8,77	Undercosting
Juni	34.500	447,88	466,33	-18,45	-3,95	Undercosting
Total	196.700	2.844,39	3.046,34	-200,79	-39,5	Undercosting
Rata-rata Perbulan	32783,33	474,06	507,72	-33,46	-6,58	Undercosting

Perhitungan distorsi untuk BOP produk majalah Hidayatullah bulan Januari 2005 adalah:

$$\text{Distorsi} = \frac{474,72 - 508,61}{508,61} \times 100 \% = -6,66$$

Tabel 4.35 Perbandingan BOP untuk Majalah Al Falah

Bulan	Jumlah Produksi	BOP Konvensional	BOP ABC	Selisih	Distorsi (%)	Keterangan
Januari	42.000	474,72	399,93	74,79	18,70	Overcosting
Februari	42.500	510,49	428,59	81,9	19,10	Overcosting
Maret	44.000	476,86	395,39	81,47	20,60	Overcosting
April	41.200	505,75	432,95	72,8	16,81	Overcosting
Mei	40.700	428,69	353,5	75,19	21,27	Overcosting
Juni	43.400	447,88	371,57	76,31	20,53	Overcosting
Total	253.800	2.844,39	2.381,93	462,46	117,01	Overcosting
Rata-rata Perbulan	42.300	474,06	396,98	77,07	19,50	Overcosting

Perhitungan distorsi untuk BOP produk majalah Al Falah bulan Januari 2005 adalah:

$$\text{Distorsi} = \frac{474,72 - 399,93}{399,93} \times 100 \% = 18,70$$

Tabel 4.36 Perbandingan BOP untuk Majalah Nikah

Bulan	Jumlah Produksi	BOP Konvensional	BOP ABC	Selisih	Distorsi (%)	Keterangan
Januari	25.000	474,72	551,41	-76,69	-13,90	Undercosting
Februari	24.000	510,49	609,88	-99,39	-16,29	Undercosting
Maret	23.000	476,86	562,07	-85,21	-15,16	Undercosting
April	21.000	505,75	606,71	-100,96	-16,64	Undercosting
Mei	22.500	428,69	511,08	-82,39	-16,12	Undercosting
Juni	20.700	447,88	576,09	-128,21	-22,25	Undercosting
Total	136.200	2.844,39	3418,9	-572,85	-100,36	Undercosting
Rata-rata Perbulan	22.700	474,06	569,81	-95,47	-16,72	Undercosting

Perhitungan distorsi untuk BOP produk majalah Al Falah bulan Januari 2005 adalah:

$$\text{Distorsi} = \frac{474,72 - 551,41}{551,41} \times 100 \% = -13,90$$

Dari tabel 4.34 - tabel 4.36 dapat diketahui bahwa perusahaan dengan menggunakan metode konvensional membebankan biaya overhead untuk tiap - tiap produknya sama. Sedang dengan menggunakan metode Activity Based Costing dalam membebankan biaya overheadnya tidak sama. Hal ini karena metode Activity Based Costing membebankan lebih banyak overhead terhadap

produksi dengan volume yang lebih rendah seperti pada majalah nikah dan hidayatullah dan cenderung membebankan secara relatif lebih kecil terhadap produksi dengan volume yang lebih tinggi seperti pada majalah al falah.

#### Perbandingan HPP Antara Metode Konvensional Dengan Metode ABC

Perbandingan harga pokok produksi untuk masing - masing produk antara metode konvensional dengan metode Activity Based Costing dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.37 Perbandingan HPP untuk Majalah Hidayatullah

Bulan	Jumlah Produksi	HPP Konvensional	HPP ABC	Selisih	Distorsi (%)	Keterangan
Januari	35.000	4.142,58	4.176,47	-34,89	-0,81	Undercosting
Februari	33.400	3.976,65	4.008,59	-31,94	-0,79	Undercosting
<b>Maret</b>	<b>32.300</b>	<b>4.067,64</b>	<b>4.111,4</b>	<b>-43,76</b>	<b>-1,06</b>	<b>Undercosting</b>
April	31.300	4.434,47	4.460	-25,53	-0,57	Undercosting
Mei	30.200	4.510,04	4.551,26	-41,22	-0,90	Undercosting
Juni	34.500	3.880,88	3.919,33	-38,45	-0,98	Undercosting
Total	196.700	25.012,26	25.227,05	-215,79	-5,11	Undercosting
Rata-rata Perbulan	32.783,33	4.168,71	4.204,50	-35,96	-0,85	Undercosting

Perhitungan distorsi untuk BOP produk majalah Al Falah bulan Januari 2005 adalah:

$$\text{Distorsi} = \frac{4.142,58 - 4.176,47}{4.176,47} \times 100 \% = -0,81$$

Tabel 4.38 Perbandingan HPP untuk Majalah Al Falah

Bulan	Jumlah Produksi	HPP Konvensional	HPP ABC	Selisih	Distorsi (%)	Keterangan
Januari	42.000	2.955,05	2.880,26	74,79	2,59	Overcosting
<b>Februari</b>	<b>42.500</b>	<b>2.600,22</b>	<b>2.518,32</b>	<b>81,9</b>	<b>3,25</b>	<b>Overcosting</b>
Maret	44.000	2.779,65	2.697,98	81,67	3,02	Overcosting
April	41.200	2.802,66	2.729,86	72,8	2,66	Overcosting
Mei	40.700	2.653,1	2.577,91	75,19	2,91	Overcosting
Juni	43.400	2.550,66	2.474,35	76,31	3,08	Overcosting
Total	253.800	16.341,34	15.878,68	462,66	17,51	Overcosting
Rata-rata Perbulan	42.300	2.723,55	2.646,44	77,11	2,91	Overcosting

Perhitungan distorsi untuk BOP produk majalah Al Falah bulan Januari 2005 adalah:

$$\text{Distorsi} = \frac{2.955,05 - 2.880,26}{2.880,26} \times 100 \% = 2,59$$

Tabel 4.39 Perbandingan HPP untuk Majalah Nikah

Bulan	Jumlah Produksi	HPP Konvensional	HPP ABC	Selisih	Distorsi (%)	Keterangan
Januari	25.000	2461,26	2537,95	-76,69	-3,02	Undercosting
Februari	24.000	2175,46	2274,85	-99,39	-4,36	Undercosting
Maret	23.000	2301,03	2386,24	-85,21	-3,57	Undercosting
April	21.000	2338,01	2438,97	-100,96	-4,13	Undercosting
Mei	22.500	2046,34	2128,73	-82,39	-3,87	Undercosting
Juni	20.700	2299,71	2427,92	-128,21	-5,28	Undercosting
Total	136.200	13.621,81	14.194,66	-572,85	-24,23	Undercosting
Rata-rata Perbulan	22.700	2.270,30	2.365,77	-95,47	-4,03	Undercosting

Perhitungan distorsi untuk BOP produk majalah Al Falah bulan Januari 2005 adalah:

$$\text{Distorsi} = \frac{2.461,26 - 2.537,95}{2.537,95} \times 100 \% = -3,02$$

Dari perhitungan di atas menunjukkan ada beberapa produk yang mengalami *overcosting* dan *undercosting*. Contohnya pada bulan Januari 2005, biaya produksi Al falah turun dari Rp. 2.955,05 menjadi Rp.2.880,26 sehingga mengalami *overcosting* yang diakibatkan adanya pembebanan biaya overhead oleh perusahaan terhadap majalah Al Falah terlalu tinggi daripada overhead yang sesungguhnya, sedangkan untuk majalah Hidayatullah biaya produksi naik dari Rp. 4.142,58 menjadi Rp. 4.176,47 dan Nikah biaya produksi naik dari Rp.2.461,26 menjadi 2.537,95 yang menyebabkan terjadinya *undercosting* karena adanya biaya overhead yang dibebankan oleh perusahaan terhadap majalah Hidayatullah dan Nikah lebih rendah daripada biaya overhead yang seharusnya.

Kesalahan dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi akan memberikan dampak negatif bagi perusahaan. Untuk produk yang *overcosting* yaitu majalah Al falah sebaiknya perusahaan mengurangi biaya overhead yang dibebankan pada produk tersebut, karena jika tidak dikurangi maka akan menyebabkan produk kalah bersaing dalam masalah harga di pasaran dengan produk yang sejenis dari perusahaan lain, sehingga permintaan semakin kecil dan susah untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Sebaliknya pada produk yang cenderung *undercosting* maka perusahaan sebaiknya menambah biaya overhead yang dibebankan pada majalah Hidayatullah dan majalah Nikah, karena jika tidak ditambah maka perusahaan akan merugi karena harga pokok produksinya lebih rendah dari harga pokok produksi yang sebenarnya. Hal ini akan mengurangi laba yang akan diperoleh oleh produk tersebut.

Penetapan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *Activity Based Costing* pada kenyataannya lebih akurat dan jelas daripada biaya tradisional (konvensional). Hal ini disebabkan sistem ABC memisahkan biaya overhead ke dalam kelompok - kelompok biaya dengan pemacu biaya (*cost driver*) yang berbeda sebagai dasar untuk mengidentifikasi dan mengalokasikan biaya ke tiap - tiap aktivitas dan kemudian ke masing - masing produk.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan pembebanan biaya overhead pabrik ke produk dengan menggunakan metode tradisional terjadi penyimpangan biaya terhadap penentuan harga pokok produksi tiap produk. Penyimpangan biaya ini ditunjukkan dengan menggunakan metode *Activity Based Costing*. Untuk majalah Hidayatullah terjadi kenaikan harga sebesar Rp. 4.204,50 atau 0,85 % dari Rp. 25.012,26 menjadi Rp. 25.227,05. Sedangkan untuk majalah Al falah mengalami penurunan harga sebesar Rp. 2.646,44 atau 2,91 % dari Rp. 16.341,34 menjadi Rp. 15.878,68. Dan untuk majalah Nikah mengalami

kenaikan harga sebesar Rp. 2.365,77 atau 4,03 % dari Rp. 13.621,81 menjadi Rp. 14.194,66.

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas peneliti menyampaikan saran bahwa untuk produk yang mengalami *overcosting*, agar perusahaan mengurangi biaya overhead yang dibebankan pada majalah Al falah, hal ini dilakukan agar produk dapat bersaing dengan produk lain dalam masalah harga. Sedangkan untuk produk yang mengalami *undercosting*, disarankan agar perusahaan menambah biaya overhead yang dibebankan pada produk tersebut.